盘点：技术驱动新闻生产创新

文 | 王佳航　　张希臣

全国两会向来是媒体角逐的战场，但是即便做好观“新”观“战”的准备，2017 年两会仍是令人深感震撼：技术驱动的媒体新闻生产创新在今年两会全面开花，已经隐隐有从量变到质变之势。

1. 人工智能元年：十几款机器人竞技

新华社“小新”、腾讯网“Dreamwriter”两款写稿机器人引起的业界关注和争议还未平息，今年两会机器人已经大举登堂入室，直接进入了会场和演播室。据不完全统计，至少有 10 家新闻媒体推出了十几个智能新闻机器人产品或应用。

最为抢眼的有新华社推出的机器人“i 思”，它以新华社音视频部见习记者的身份在两会上采访代表委员，搜集百姓关心的两会话题，并实时与观众互动。新华社还为这位机器人记者量身定做了“i 思跑两会”系列节目，以短视频、电视专题以及新媒体等方式播出。“i 思”机器人具有采访、搜集数据、互动等多种功能，而且还登上了诸多电视栏目，加入到主持人的行列。光明日报融媒体中心推出的“小明 AI 两会”也很受关注，小明身上汇聚了机器学习（大数据）、智能识图、语音识别交互技术，它为了解代表委员的履职情况，学习了数万张代表委员照片，学习了 40 多万篇两会新闻报道。通过智能分析和数据挖掘，整理了 29 万个词汇，并从中挖掘出近 5000 个与两会相关的关键词，并据此整理出每一位代表委员的履职报告 [1]。用户只要用手机拍一张全国两会代表委员的照片，小明就能识别出照片的身份信息，展示这名代表委员在履职期间关注的主要领域，并以人物图谱的形式，展示与其关注同样领域的其他代表委员。点击任意一个人物头像或关键词，就可以查看详细信息。此外，新华社“小新”，人民日报中央厨房“小融”“小端”，深圳特区报“读特”，人民网－阿里云 ET 机器人，浙江卫视智能机器人“小聪”，广州日报机器人“阿同”和“阿乐”，河南广电“飞象 V 仔”机器人，南方都市报“小南”等也在两会中勤奋工作。

从现有十几款机器人来看，机器人在当前新闻生产中提供的服务主要有这样几项：第一，写稿。写稿机器人一分钟就可以完成一篇报道，帮助媒体编辑部完成即时报道。第二，数据资料查询。机器人因为具有超强存储能力，被应用于编辑部所需数据分析环节。第三，因新奇性被用来增加媒体与受众之间的好感度，例如进入演播室和主持人交流等。可以预见，人工智能对新闻业的影响远不止于此。

2017 年堪称新闻业的“人工智能”元年。作为新一轮科技革命的重要代表之一，人工智能正由科技研发走向行业应用，成为经济发展的新动力。“人工智能”在 2017 年两会首次写入政府工作报告，可以预期人工智能将有大规模发展。人工智能是目前学界研究的热点，业界也有机器人写作可能取代人工写作的焦虑，不过机器人在编辑部出现的深层动因实则是海量数据非人力可完成，并且基于移动端的实时生产也需要海量的内容。在可预见的未来，人工智能辅助记者、编辑做新闻报道是一个必然结果，未来的编辑部将是人机协同的编辑部。

2. 融合报道创新潮： 向用户在的地方去

2017 年两会，探索多年的融合新闻报道势如破竹，各种融媒体产品精彩纷呈。媒体融合不是新旧媒体的相加，而是相融，尽管这一理念已经提出多年，但是好的作品始终星星点点，从今年融合新闻报道数量质量来看，技术和内容的融合也渐入佳境。

在去年两会期间大放异彩的《人民日报》中央厨房今年继续发力，打造了多款 H5 爆品，其中包括《全国两会喊你加入群聊》和《2017 两会入场券》，展现其在 H5 研发中的优势和创意。在 H5 之外，《人民日报》还推出了一系列好看有趣的短视频，其中就有以最近火爆的单曲《成都》为素材再创作的两会版《成都》。

光明网的“钢铁侠”无疑是两会期间的新网红。钢铁侠全名“多信道直播云台”，是一台可以同时做裸眼 VR 直播、VR 录制，还可以同时录制 4K 视频、进行视频推流及跟踪拍摄的融媒体设备。钢铁侠以其夸张的造型和强大的功能引起人们注意，用户通过手机就能了解两会的实时情况。并且值得一提的是，这是 VR 直播第一次进入两会，观众可不用借助于 VR 头盔，直接裸眼观看。

此外，中央人民广播电台推出了《央广主播朋友圈里都有啥？》《@ 你 央广主播王小艺的朋友圈又更新啦》等场景视频 H5，通过微信公众号、微信群、朋友圈广泛传播，首期推出后点击量就超过 100 万。新华社今年推出了《无人机航拍：换个姿势看报告》以及《习近平关心的六件小事》等短视频，风靡朋友圈。央视网的《总书记“下团组”漫评》

以条幅漫画动图+特约评论员解说的方式，全程解读总书记在两会的动态，诙谐风趣。

上述报道表现出两个特点：首先，各媒体的新闻生产创新都转向了融合新闻生产。随着用户逐步向移动端转移，多家媒体集团建设了中央厨房，并借助于中央厨房，实现了信息的一次性采集，多终端传播。在移动端新闻产品研发上，各媒体集团都下了硬功夫，例如人民日报中央厨房在2016年启动了“融媒体工作室”计划，“截止到2016年12月19日，已有麻辣财经、学习大国、新地平线、半亩方塘、2050、一秒世界、冷观察、一本政经、文艺九局、智理行间、碰碰词儿、国策对话场等12个工作室开始运行，来自15个部门（单位）近60名编辑记者参与其中。[2]”。其次，重视融合新闻叙事。两会中的融媒体产品已经不拘泥于某一种技术的展示，随着VR、H5技术的熟练运用，两会新闻报道叙事升级，动画、说唱、MV、微纪录片……技术已经能较好地服务于内容，因而近年两会的融合报道并非媒体自身的竞技与展演，也在普通用户手机刷屏。

各媒体集团的融合新闻产品成为媒体大战重兵器最深层的原因是用户持续向移动互联网转移，两会报道在往用户在的地方去。

3. 大数据应用逐步深化

今年两会报道中另外一个值得重视的现象是大数据应用已经逐步深化并且常态化。

这主要体现在三个方面：第一，数据新闻报道成为各媒体常规武器。数据新闻成为媒体解读政府工作报告的常用手段，复杂报告的可视化使得严肃新闻传播力更强。人民日报还推出了动画数据新闻，既有可视性，也有交互性；第二，大数据利用与人工智能有机结合。新华社“i思”机器人、光明日报的机器人、人民日报“小融”与“小端”都具有大数据功能；第三，第三方机构的数据被充分利用。随着“在本届两会中，今日头条联合了包括央视新闻、新华网、光明网、中青网、澎湃、解放日报、新民晚报、南方都市报、广州日报、楚天都市报、大河报、齐鲁晚报、重庆晨报、扬子晚报等媒体在内的44家媒体，组成了大数据报道联盟，为这些媒体提供了近300多组数据，使大数据报道成为两会新闻的亮点。”光明日报与精通算法推荐的今日头条进行深度合作，即将光明日报的新闻生产能力和今日头条的数据挖掘能力结合，推出融媒体产品《两会大家都在看什么》，为用户带来数据分析视角的两会新闻。

一定意义上说，媒体最有价值的功能是连接，而大数据时代，一切连接都是精准可测量的，媒体的内容生产业将越来越以数据的深度挖掘和分析为基础，新闻业的数据化仍在进程中。媒

参考文献

[1] 冯颖玮．“小明 AI 两会”正式上线．光明日报，2017-03-01.

[2] 李天行，周婷，贾远方．人民日报中央厨房“融媒体工作室”再探媒体融合新模式．中国记者，2017（2）.

（**作者简介：**中国政法大学新闻传播学院副教授；中国政法大学新闻传播学院研究生）